Journal of Social Sciences (COES&RJ-JSS)
ISSN (E): 2305-9249 ISSN (P): 2305-9494 ISNI: 0000 0005 0179 6351
Publisher: Centre of Excellence for Scientific & Research Journalism, COES&RJ LLC
Online Publication Date: 1st January 2022
Online Issue: Volume 11, Number 1, January 2022
https://doi.org/10.25255/jss.2022.11.1.1.18



Factors influencing students' satisfaction and its impact on their loyalty for the University: Case Study at The University of Jordan-Aqaba Branch

Prof. Dr. Ra'ed Masa'deh, the University of Jordan-Aqaba Branch, r.masadeh@ju.edu.jo
Maram Omar Alsmadi, the University of Jordan-Aqaba Branch, Maram.smadi98@gmail.com
Ahed Mostafa Ameen Alsmadi, the University of Jordan-Aqaba Branch, Ahedalsmadi18@gmail.com
Ala'a Ziad Zayyad, the University of Jordan-Aqaba Branch, Alaazayyad94@gmail.com
Mohannad Ahmed Almomoni, A Graduate Student, Department of Business Management, School of Business, The University of Jordan, Aqaba Branch, Jordan, moh.momani@ju.edu.jo

Abstract
This study aimed to measure the impact of several antecedent factors on student's satisfaction (i.e., academic aspects, non-academic aspects, program issues, reputation, access, quality of university facility, university location and social network services) and the mediator factor of students' satisfactions' impact on student's loyalty on the university of Jordan-Aqaba Brunch. Measurement tool was developed to examine the relationship between the study variables. The sample of 379 was used from the university of Jordan-Aqaba brunch students. Results indicated that academic aspects, non-academic aspects, reputation, university location and social network services impacted students' satisfaction directly. In the other hand, program issues, access and quality of university facility did not impact students' satisfaction. However, there was a positive impact of students' satisfaction on students' loyalty.

Keywords:
Students' satisfaction; Students' loyalty; University's' environment; The University of Jordan-Aqaba Branch.

Citation:
Masa'deh, Prof. Dr. Ra'ed; Alsmadi, Maram Omar; Alsmadi, Ahed Mostafa Ameen; Zayyad, Ala'a Ziad; Almomoni, Mohannad Ahmed (2022); Factors influencing students' satisfaction and its impact on their loyalty for the University: Case Study at The University of Jordan-Aqaba Branch; Journal of Social Sciences (COES&RJ-JSS), Vol.11, No.1, pp:1-18; https://doi.org/10.25255/jss.2022.11.1.1.18.

العوامل المؤثرة على رضى الطلبة وتأثيره على ولائهم للجامعة: دراسة حالة على الجامعة الأردنية-فرع العقبة

أ.د. رائد محمد مساعده، الجامعة الأردنية-فرع العقبة، r.masadeh@ju.edu.jo
مرام عمر الصمادي، الجامعة الأردنية-فرع العقبة، Maram.smadi98@gmail.com
عهد "مصطفى أمين" الصمادي، الجامعة الأردنية-فرع العقبة، Ahedalsmadi18@gmail.com
آلاء زياد زياد، الجامعة الأردنية-فرع العقبة، Alaazayyad94@gmail.com
مهند أحمد المومني، خريج دراسات عليا، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، الجامعة الأردنية-فرع العقبة، moh.momani@ju.edu.jo

ملخص الدراسة
هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المباشرة التي تؤثر في رضى الطلبة (الجانب الأكاديمي، الجانب غير الأكاديمي، القضايا المتعلقة بالبرامج، السمعة، جودة المبنى الجامعي، إمكانية الوصول وموقع الجامعة) ومدى تأثير رضى الطلبة كعامل وسيط على ولائهم للجامعة في الجامعة الأردنية-فرع العقبة. حيث تم تطوير مقياس لدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة واختيار عينة من طلبة الجامعة الأردنية-فرع العقبة بلغت 379 طالب. وأشارت النتائج أن كل من الجانب الأكاديمي وغير الأكاديمي، السمعة، موقع الجامعة، وخدمات الشبكات الاجتماعية لها تأثير مباشر وإيجابي على مستوى رضى الطلبة، في حين أن كل من القضايا المتعلقة بالبرامج، وإمكانية الوصول، وجودة المبنى الجامعي ليس لها تأثير مباشر على رضاهم. أما عن تأثير رضى الطلبة على ولائهم للجامعة فتبين وجود تأثير إيجابي.
كلمات مفتاحية : رضى الطلبة، ولاء الطلبة، البيئة الجامعية، الجامعة الأردنية-فرع العقبة.

المقدمة

تشير العديد من الدراسات الى أن الجامعة هي التي تُشعِرُ طلبتها بالولاء لها والدفء في أحضانها والانخراط في فعالياتها، فتجد طلبتها ينتمون وبوازع داخلي وذاتي لجمعياتها وأنديتها ومجالسها ويشاركون بأنشطتها أثناء دراستهم فيها كما أنهم متابعون وداعمون لها حتى بعد تخرجهم (الشويحات ، 2019). وقد يتولد لديهم الشعور لما هو أكثر من ذلك فتجدهم يبادرون بالعطاء للجامعة والتبرع لها بالمساعدة العينية والمادية، لأنها كانت بمثابة أمهم الرؤوم التي احتضنتهم طوال مسيرتهم التعليمية. كما أن ذلك يزيد الدافعية للإنتاجية والعطاء لدى الأفراد في تلك المؤسسة التعليمية لتشمل الطالب والأستاذ والإداري صاحب القرار، والأكثر من ذلك فإن التفاعل مع المجتمع المحلي والعالم الخارجي يصل ذروته لطمأنينة النفس العاملة والمعلمة والمتعلمة في الجامعة.

تعد الجامعة مؤسسة تربوية قائمة على فلسفة محددة نابعة من قيم وأهداف المجتمع، حيث تقوم على استخدام مدخلات مختلفة تخضع لعمليات وأنشطة متنوعة تنتهي بمخرجات محددة (Mikkawi, Masa'deh & Al-Lozi, 2017). وقد حاز مفهوم رضى الطالب عن الخدمات التي تقدمها الجامعة (البيئة الجامعية) على اهتمام واسع من الباحثين في هذا المجال، وذلك بسبب الدور الذي تؤديه الجامعة في تبني ونشر العلم والمعرفة بجميع المجالات. كما يعتبر قياس رضى الطلبة واستطلاع آرائهم أحد مدخلات عمليات التقييم الجامعي، حيث يقدم نظرة عامة عن الصورة التي تكونت لدى الطالب عن جامعته خلال الفترة التي قضاها على مقاعد الدراسة.

كما أنَّ توفر الخدمات المختلفة بجودة مطلوبة يحقق درجات عالية من رضى الطلبة، والذي ينعكس على مستواهم الدراسي بشكل مباشر، زيادة على الأطراف الأخرى المستفيدة من تلك الخدمات. ولعل أحد أهم أسباب الاهتمام بجودة الخدمات التي تقدمها الجامعة هو رفع مستواها وتحسين مخرجاتها، وهذا ما تؤكده المواصفات القياسية لأي مؤسسة، والتي كان أهم سماتها التركيز على متلقي الخدمة، مما يدعو الجامعة إلى تبني أساليب واضحة لمعرفة درجة رضى الطلبة نحو الخدمات المقدمة، وعن أداء الجامعة ودرجة استجابتها لمتطلبات وحاجات الطلبة.

إن مستوى الخدمات التي تقدمها الجامعة قد لا تتناسب مع وجهة نظر الطلبة نحو تلك الخدمات المقدمة، وبالتالي تنخفض درجة رضاهم عن تلك الخدمات، الأمر الذي قد يحول دون تحقيق تلك الخدمات لأهدافها. وفي ضوء ما تقدم جاءت هذه الدراسة كمحاولة للتعرّف على درجة رضى الطلبة نحو البيئة الجامعية في الجامعة الأردنية / فرع العقبة وتأثير ذاك الرضى على ولائهم.

مشكلة الدراسة

يعد الطالب أحد عناصر العملية التعليمية الأساسية حيث ترتبط كافة عناصر النظام التعليمي وتتحدد مؤشرات جودة الجامعات بما توفره الجامعات من بيئة جامعية ملائمة ومناخ دراسي يتفق مع احتياجات وتوقعات طلبتها. وتقع على عاتق "وزارة التعليم العالي والبحث العلمي" و "الجامعات" مسؤولية توفير جميع عناصر البيئة الجامعية المثالية لطلبتها والتي تشمل المناهج المناسبة وأعضاء هيئة تدريس مؤهلين وإدارة جامعية جيدة وأنشطة طلابية ومرافق مناسبة وخدمات ذات مستوى عالٍ، وبالمقابل فإن عدم توفير كل هذه المتطلبات يؤثر سلباً على أداء الطالب الدراسي بالدرجة الأولى كما يؤدي إلى انعكاسات سلبية على شخصيته مثل فقدان الثقة والإحباط وتشتت الفكر وضعف الانتماء (الخطة الاستراتيجية الوطنية للموارد البشرية (2016– 2025)).

وعلى الرغم من كثرة الدراسات التي أجريت في مجال التعليم العالي على الجامعات ومستوى الجودة فيها من خلال مؤشرات عدة، إلا أنها شحيحة فيما يتعلق بمؤشر رضى الطالب. كما وأن جل الدراسات التي قمنا باستعراضها كانت غربية، ما دلنا على قلة اهتمام الجامعات العربية بالأبحاث المتعلقة برضى الطلبة والذي يلعب دوراً مهماً في رفعة وتقدم البلاد اقتصادياً واجتماعياً عن طريق إنتاج قوى عاملة على قدر كافٍ من المعرفة حتى تساهم في تقدم البلد وازدهارها.

هذا ومن خلال دراستنا كطلبة في الجامعة الأردنية/فرع العقبة لاحظنا وجود قلة انسجام ما بين تطلعات الطلبة وبين ما تقدمه الجامعة من خدمات مختلفة، والذي قد يكون نتيجة تقصير من الجهات المعنية في توفير تلك الخدمات من جهة وعدم مطالبة الطلبة لتلك الخدمات جهة أخرى، كما يقع على الطالب مسؤولية معرفة تلك الخدمات والاستفادة منها والنظر إلى الكيان التعليمي ككيان يتطلّع لبلوغ مرحلة عالية في ما يخص رضى الطالب وولائه للجامعة.

أسئلة الدراسة

السؤال الأول: ما أثر العوامل المباشرة (الجانب الاكاديمي، الجوانب غير الأكاديمية، الجوانب المتعلقة بالبرامج، السمعة، إمكانية الوصول، جودة المبنى الجامعي، موقع الجامعة وخدمات الشبكات الاجتماعية) على العامل الوسيط (رضى الطلبة)؟

السؤال الثاني: ما أثر العامل الوسيط (رضى الطلبة) على ولاء الطلبة؟

أهمية الدراسة

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على العوامل المؤثرة على رضى الطلبة في الجامعة الأردنية–فرع العقبة، وتأثير هذا الرضى على ولائهم للجامعة. فالبيئة الجامعية التي نحن بصدد الدراسة حولها تبلغ من الأهمية أنها المكون الأساسي لشخصية الطالب الجامعي والمرتبطة بشكل أساسي في صقل تلك الشخصية عن طريق تعزيز قدرات الطالب في التعليم والتفكير وصنع واتخاذ القرار وتحمل المسؤولية وصنع الوعي العام لديه. وهذا يعود بالنفع ليس فقط على الطالب، بل على الجامعة من جهة وعلى المجتمع من جهة أخرى.

أهداف الدراسة

1- تحديد مجموعة العوامل المؤثرة على رضى الطلبة وولائهم للجامعة وبيان مدى تأثير تلك العوامل في كسب ولاء الطلبة.
2- وضع آليات مقترحة لتحسين البيئة الجامعية من أجل كسب ولاء الطلبة.

حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: يتناول البحث الحالي العوامل المؤثرة على رضى الطلبة وتأثير تلك العوامل على ولاء الطلبة للجامعة.
- الحدود الزمانية: تم إعداد البحث خلال الفصل الدراسي الأول من العام الدراسي 2020.
- الحدود البشرية: اقتصرت الدراسة على الطلبة في الجامعة الأردنية– فرع العقبة.

أنموذج الدراسة والفرضيات

تم تقديم تسعة فرضيات مع النموذج الخاص بهم كالتالي:

الفرضية الأولى: يوجد تأثير من الناحية الأكاديمية في الجامعة على رضى الطلبة فيها.
الفرضية الثانية : يوجد تأثير من الجانب غير الأكاديمي في الجامعة على رضى الطلبة فيها.
الفرضية الثالثة: يوجد تأثير للبرامج المطروحة من الجامعة على رضى الطلبة فيها.
الفرضية الرابعة: يوجد تأثير لسمعة الجامعة على رضى الطلبة فيها.
الفرضية الخامسة: يوجد تأثير لإمكانية الوصول في الجامعة على رضى الطلبة فيها.
الفرضية السادسة: يوجد تأثير لجودة المبنى الجامعي على رضى الطلبة فيها.
الفرضية السابعة: يوجد تأثير لموقع الجامعة على رضى الطلبة فيها.
الفرضية الثامنة: يوجد تأثير لخدمات التواصل الاجتماعي التي تقدمها الجامعة على رضى الطلبة فيها.
الفرضية التاسعة: يوجد تأثير لرضى الطلبة على ولائهم للجامعة.

مصطلحات الدراسة

العامل المستقل: ولاء الطلبة

يرتبط مفهوم الولاء عادةً بمجالات متخصصة كولاء الزبون للمورد أو المتجر، المنتج، العلامة التجارية وغيرها. ويتم تعريفه عادةً بربطه بتلك الكيانات على أنه التزام راسخ بإعادة الشراء أو تفضيل منتج أو خدمة بشكل مستمر في المستقبل، وعرف (الحسنيه،2009) الولاء بأنه التزام العميل بمواصلة رعاية شركة معينة على مدى فترة زمنية طويلة. وعلى غرار ولاء العميل يتكون كذلك ولاء الطالب من الناحية السلوكية والموقفية، حيث يمكن وصف الناحية الموقفية (Attitudinal) بأنها مرتبطة بثلاث عناصر: معرفية، عاطفية، وإرادية، في حين أن الناحية السلوكية (Behavioural) ترتبط بالقرارات التي يتخذها الطلبة فيما يتعلق بخياراتهم في التنقل بين الجامعات. وهكذا يمكننا القول بأن الولاء السلوكي يكمن في تكرار عمليات الشراء، وأما الولاء الموقفي فيدل على التفضيلات المعلنة أو الالتزام، أو نية الشراء مستقبلاً.

العامل الوسيط: رضى الطلبة

الرِضى: هو الشعور بالسعادة والابتهاج الذي يحصل عليهما الإنسان نتيجة إشباع حاجة أو رغبة عنده. فالإشباع في مجال الأعمال والخدمات كرضى المستهلك هو ما يحققه من منفعة من خلال استهلاكه لسلعة ما أو انتفاعه من خدمة ما. ويمكن أن يُعرّف رِضى الزبون بأنه درجة إدراكه لمدى فاعلية المنظمة، في تقديم المنتجات أو الخدمات التي تلبي توقعاته وحاجاته. فالرِضى حسب كوتلر (Kotler & Keller, 2016) ، هو دالة على الأداء المدرك والمتوقع قبل الزبون ، ففي حالة عجز الأداء عن المتوقع فإن الزبون يكون في حالة عدم السرور أو الاستياء، وفي حالة تطابق الأداء مع المتوقع فإن الزبون سيشعر بالسعادة والرضى.

علاقة رضى الطلبة بولائهم للجامعة:

عندما يتجاوز الأداء الفعلي الأداء المتوقع من قبل الطالب فإن الطالب يتحول من حالة الرضى عن الخدمة إلى حالة الولاء للمنظمة (المؤسسة التعليمية)، وسيرتبط ارتباطاً وثيقاً بها، وهذه هي الحالة المنشودة في جميع المنظمات في القرن الحادي والعشرين.

الدراسات السابقة

أجرى كل من (Weerasinghe & Fernando, 2018) دراسة في سريلانكا وعرّفوا فيها مستوى رضى الطلبة على أنه المستوى النسبي للخبرات والأداء المتصور للخدمات التعليمية المقدمة من مؤسسات التعليم العالي. بينما أجرى كل من (Al Shaikh, Aldarmahi, Al-Sanie, Subahi, Mohamed, Ahmed, Hydrie & Al-Jifree, 2019) دراسة تهدف إلى قياس العلاقة بين أساليب الدراسة ورضى الطالب مع الأنشطة التعليمية، وأظهرت النتائج وجود رابط بين أسلوب الدراسة ورضى الطلبة بنسب متفاوتة.

واستطاع الباحثون (Khosravi, Poushaneh, Roozegar & Sohrabifard, 2013) أن يعرفوا رضى الطلبة كمؤشر مهم لجودة مؤسسات التعليم العالي، وأفادت الدراسة بأنه ومن خلال قياس رضى الطلبة نستطيع إيجاد العناصر الأساسية لتلبية حاجات المستخدمين، وتم استخراج سبع عوامل هي الأكثر تأثيرا في رضى الطلبة من أصل 12عامل، وهي فاعلية الإرشاد الأكاديمي (العامل الأكثر أهمية) ، خدمات دعم الحرم الجامعي، حياة الحرم الجامعي، الاستجابة للتنوع السكاني، السلامة والأمن، مناخ الحرم الجامعي والمساعدات المالية الفعالة.

درس الباحثون (Azoury, Daou & El Koury, 2014) العلاقة بين رضى الطلبة وصورة الجامعة من حيث الاتجاهين العاطفي والإدراكي والإرادية، حيث أظهرت النتائج أن الاتجاه الإدراكي يؤثر على رضى الطلبة فقط من جانب علاقاتهم بالجامعة، بينما يؤثر الاتجاه العاطفي والشامل (الذي يجمع بين الاتجاهين) بشكل كبير على رضى الطالب. قام كذلك كل من (Jiewanto, Laurens & Nelloh, 2012) بدراسة صورة الجامعة ورضى الطلبة كعامل وسيط يؤثر على رأي الطلبة "التسويق الشفهي" أو ما يعرف تسويقياً (word-of-mouth) درسوا تأثير جودة الخدمات على كل من صورة الجامعة ورضى الطلبة، ودلت النتائج على التأثير الإيجابي لجودة الخدمات على صورة الجامعة ورضى الطلبة، ويؤدي ذلك إلى زيادة الإيجابية في رأي الطلبة.

وتوصلت دراسة (Dehaghi & Rouhani, 2014) إلى وجود علاقة قوية وإيجابية من حيث أداء الموظفين من ناحية التمكن، الوضوح، الدعم التنظيمي، ودوافع الموظفين، واستعدادهم على إرضاء الطلبة. بينما لم تظهرعلاقة قوية بين رضى الطلبة مع عاملي التناسب البيئي للموظفين ودرجة صلاحية الموظفين، وكان البحث يهدف إلى دراسة العلاقة أداء الموظفين ومستوى رضى الطلبة. أما (Appuhamilage & Torii, 2019) فأجريا دراسة في اليابان تهدف إلى فحص ما إذا كانت العوامل (صورة الجامعة، البيئة، المرافق، توقعات الطلبة، الخدمات، الدعم المالي، القيمة المدركة وولاء الطلبة) لها تأثير مباشر على رضى وولاء الطلبة، وأشارت النتائج أن رضى الطلبة يتأثر بشكل مباشر وإيجابي من عوامل الخدمات والدعم المالي من الجامعة, وكذلك فإن عامل الولاء يؤثر بشكل كبير في رضى الطلبة، بينما هناك تأثير غير مباشر على ولاء الطلبة من قبل العوامل (صورة الجامعة، الخدمات والقيمة).

كما قام (Weerasinghe, Lalitha & Fernando, 2018) بدراسة عوامل المقتصرة على المرافق الجامعية حيث أن (مرافق غرف المحاضرات، مرافق المكتبة، مرافق الإقامة ومرافق التوظيف ومرافق الترفية) كانت لها التأثير الأقوى، وأما عامل (مرافق الكمبيوتر) فلا يؤثر بشكل كبير على رضى الطالب. واستطاع الباحثين (Ali, Zhou, Hussain, Nair & Regavan, 2016) إجراء دراسة عن تأثير جودة الخدمة المقدمة من الجامعات الماليزية الحكومية على رضى الطلبة الدوليين عن الصورة المؤسسية والولاء، تم توزيع استبانات على ثلاثة جامعات

وبلغ معدل الاستجابة 60%، تم من خلالها دراسة جودة الخدمة المقدمة من خلال عدة جوانب: (الجانب الأكاديمي) الذي أكدت نتائج الدراسة تأثيره على رضى الطلبة، (الجانب غير الأكاديمي) والذي تؤدي زيادته إلى رفع مستوى رضى الطلبة وكذلك الحال في جوانب (السمعة وإمكانية الوصول، وجانب القضايا المتعلقة بالبرامج) وبينت النتائج أن الطلبة الذين لديهم تصورات إيجابية للقضايا المتعلقة بالبرامج سيكون لديهم مستويات أعلى من الرضى، وفيما يتعلق بصورة الجامعة والولاء لها فقد بينت نتائج الدراسة أن الطلبة الراضون سيكون لهم تصورات إيجابية للجامعة ويؤدي ذلك إلى زيادة ولائهم لها.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

هدفت الدراسة الحالية لقياس تأثير عوامل عديدة على رضى الطلبة بصورة شاملة، شملت على عوامل لم يتم دراستها معا في بحث سابق بحسب علم الباحثين بذلك، حيث قمنا بدراسة الجانب الأكاديمي، غير الأكاديمي، القضايا المتعلقة بالبرامج، السمعة، إمكانية الوصول، جودة المبنى الجامعي، موقع الجامعة و خدمات الشبكات الاجتماعية بدرجة تأثيرها على رضى الطلبة التي من شأنها أن تؤثر على ولائهم للجامعة، بينما لم تشمل الدراسات السابقة على هذه العوامل معاً. وإن مجموعة العوامل التي قمنا بدراستها تصلح لأن تنسجم وتتطابق مع بيئة الجامعة الأردنية/العقبة ويمكن قياس تأثيرها بسهولة.

أنموذج الدراسة

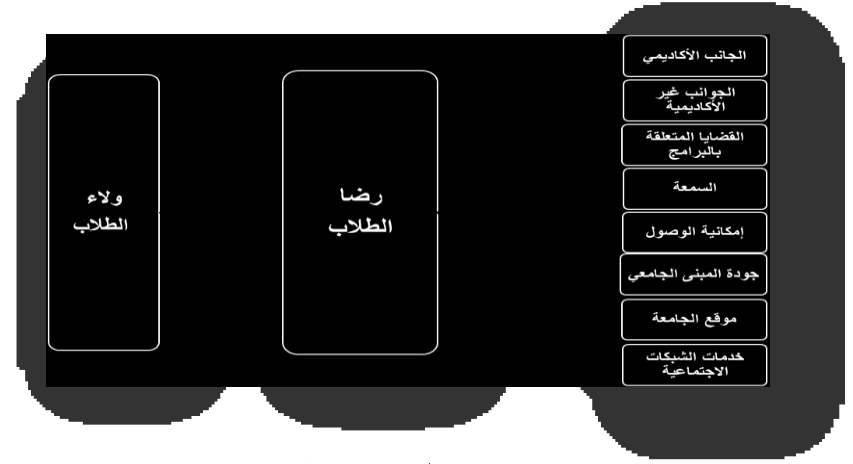
تم تصميم أنموذج الدراسة بالاعتماد على ثلاث دراسات سابقة كالآتي:

1- (Weerasinghe & Fernando, 2017) التي ركزت على شرح العوامل الحاسمة التي تؤثر على مستويات رضى الطلبة في الجامعات الحكومية المختارة في سريلانكا.

2- (Ali, Zhou, Hussain, Nair & Ragavan, 2016) التي هدفت الى دراسة رضى الطلبة الدوليين, الصورة المؤسسية والولاء ومدى تأثرها بجودة الخدمة المقدمة من الجامعات الحكومية الماليزية.

3- (Kim, Kim, Hwang & Lee, 2019) والتي سعت لاستكشاف ما إذا كان عدم تجانس خدمات الشبكات الاجتماعية مرتبطاً برضى طلبة الجامعات بالحرم الجامعي.

واشتمل النموذج الحالي على مجموعة عوامل وهي (الجوانب الأكاديمية، غير الأكاديمية، القضايا المتعلقة بالبرامج المطروحة من قبل الجامعة، سمعة الجامعة، إمكانية الوصول، جودة المبنى الجامعي، موقع الجامعة، وخدمات الشبكات الاجتماعية) وتم عن طريق نموذج الدراسة معرفة مدى تأثيرها على درجة رضى الطلبة ومساهمته في ولاء الطلبة للجامعة.



شكل (1). أنموذج الدراسة

في هذه الدراسة تم إعداد مجموعة من العبارات لقياس متغيرات الدراسة كما هو موضح في الجدول (1)، حيث تم الاعتماد على الدراسات الآنفِ ذكرها مع إجراء بعض التعديلات تبعاً لعملية التحكيم التي تمت للاستبانة، وتم كذلك تطوير مجموعة من الأسئلة ذات العلاقة بالأبحاث والتي لم يتم صياغتها على شكل سؤال، فقمنا بصياغتها على شكل مجموعة أسئلة تشمل جميع العناصر التي قامت بها الدراسات السابقة.

كما وأن جميع إجابات فقرات الاستبانة للمتغيرات المستقلة والتابعة كانت وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي (Likert, 1932)، وهو أسلوب يستخدم لقياس السلوكيات والتفضيلات في مجال دراسة سلوك المستخدمين ويعتمد المقياس على ردود تدل على درجة الموافقة أو الاعتراض على صيغةٍ ما بناءً على الأجوبة (المقاييس):

(1) غير موافق بشدة – درجة واحدة
(2) غير موافق – درجتين

(3) محايد – ثلاثة درجات
(4) موافق – أربعة درجات
(5) موافق بشدة - خمسة درجات

جدول(1): متغيرات الدراسة وعباراتها

متغيرات الدراسة	العبارات
الجانب الأكاديمي (Ali, Zhou, Hussain, Nair & Ragavan, 2016)	لدى مدرسي الجامعة المعرفة الكافية للإجابة على أسئلتي المتعلقة بمحتوى المادة
	يتعامل مدرسو الجامعة معي بطريقة مهذبة
	عندما أواجه مشكلة، يُظهر لي مدرسو الجامعة اهتماماً صادقاً لحلّها
	لدى مدرسي الجامعة سلوك إيجابي في التعامل معي
	يتواصل مدرسو الجامعة معي بطريقة جيدة خلال المحاضرة
	يُظهر مدرسوا الجامعة ردود فعل إيجابية عند تحسّن مستواي الأكاديمي
	مدرسو الجامعة على درجة عالية من التعليم في مجال تخصصهم
	يوفر مدرسو الجامعة منهاج المادة المقرّر بشكلٍ كافٍ
	يتم توفير الوثائق المتعلقة بالمادة بشكلٍ كافٍ من مدرسي الجامعة
الجانب غير الأكاديمي (Ali, Zhou, Hussain, Nair & Ragavan, 2016)	عندما أواجه مشكلة، يظهر لي الموظفون الإداريون اهتماماً صادقاً لحلها
	يقدم الموظفون الإداريون العناية والاهتمام لي كطالب جامعي
	يتم التعامل مع استفساراتي بكفاءة عالية من قِبل الموظفين الإداريين
	تحتفظ المكاتب الإدارية بسجلات دقيقة تخصني ويمكن استرجاعها عند الحاجة
	عندما يطلب من الموظفين الإداريين شيء ما في وقت محدد، فإنهم يقومون به
	يظهر الموظفون سلوكاً إيجابياً في التعامل معي
	يتواصل الموظفون الإداريون معي بشكل جيد
	لدى الموظفين الإداريين معرفة جيدة بالأنظمة الإلكترونية
	يتعامل الموظفون الإداريون مع الطلبة بشكل متساوٍ
	يحترم الموظفون الإداريون بنود الخصوصية عندما أفصح لهم عن معلوماتي
القضايا المتعلقة بالبرامج (Ali, Zhou, Hussain, Nair & Ragavan, 2016)	تطرح الجامعة برامج أكاديمية ذات جودة ممتازة
	تطرح الجامعة مجموعة واسعة من البرامج الأكاديمية تغطي التخصصات المختلفة
	تطرح الجامعة خدمة إرشادية وأكاديمية ممتازة
	تقدم الجامعة برامج أكاديمية مناسبة للطالب
السمعة (Ali, Zhou, Hussain, Nair & Ragavan, 2016)	تتمتع الجامعة بصورة تتصف بالاحترافية
	يتصف البرنامج الأكاديمي الذي تديره الجامعة بالسمعة الحسنة
	يتم توظيف خريجي الجامعة بسهولة
	لدى الجامعة صورة جيدة في أذهان الآخرين
إمكانية الوصول (Ali, Zhou, Hussain, Nair & Ragavan,	لدى مدرسي الجامعة الاستعداد الكافي لمساعدتي عند الحاجة

2016)	يخصص مدرسو الجامعة وقتاً كافياً للاستشارات المختلفة
	من السهولة التواصل مع موظفي الجامعة
	يتمتع طاقم التدريس بدراية عالية للاستجابة لإستفساراتي
جودة المبنى الجامعي (Weerasinghe & Fernando, 2017)	توفر الجامعة قاعات كافية
	توفر الجامعة مرافق مكتبية كافية
	توفرالجامعة مختبرات حاسوب كافية
	توفرالجامعة فضاء اجتماعي كافي (أماكن تجمع اجتماعية)
	توفرالجامعة سكنات كافية للطلبة
	توفرالجامعة كفاتيريا كافية للطلبة
موقع الجامعة (Weerasinghe & Fernando, 2017)	توفر الجامعة أماكن سكن للطلبة
	توفر الجامعة وسائل نقل
	توفر الجامعة مرافق ترفيهية
	يتمتع موقع الجامعة ببيئة آمنة
خدمات الشبكات الاجتماعية (Kim, Kim, Hwang & Lee, 2019)	أقوم بالتواصل مع الطلبة باختلاف جنسهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	أقوم بالتواصل مع طلبة لديهم آراء مختلفة عني عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	أقوم بالتواصل مع طلبة من مختلف الأعراق عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	أقوم بالتواصل مع طلبة من أديان مختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	أقوم بالتواصل مع طلبة من جنسيات مختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	أقوم بالتواصل مع طلبة من تخصصات مختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	أقوم بالتواصل مع طلبة من مواقع جغرافية مختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	أقوم بالتواصل مع طلبة من خلفيات ثقافية مختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
رضى الطالب (Ali, Zhou, Hussain, Nair & Ragavan, 2016)	أنا راضٍ عن قراري في التسجيل في هذه الجامعة
	لقد كان خياري في اختيار هذه الجامعة خياراً حكيماً
	أظن بأنني فعلتُ الصواب عندما اخترت الدراسة في هذه الجامعة
	أشعر بأن تجربتي في هذه الجامعة ممتعة
	إجمالاً، أنا راضٍ عن هذه الجامعة
ولاء الطالب (Ali, Zhou, Hussain, Nair & Ragavan, 2016)	سأستمر بالدراسة في هذه الجامعة إذا أردت التسجيل في مسار تعليمي جديد
	سأستمر في الدراسة في هذه الجامعة إذا أردت اسكمال دراسات عليا
	سأوصي أهلي وأصدقائي بالتسجيل في هذه الجامعة

منهجية الدراسة

تم استخدامت المنهج الكمي التحليلي بالارتكاز على نوعين من البيانات هما البيانات الثانوية وذلك من خلال مراجعة الكتب والبحوث الدراسات والدوريات والأدبيات المنشورة حول موضوع الدراسة والبيانات الأولية من خلال إعداد وتطوير استبانة لجمع بيانات الدراسة وتحليلها بهدف الإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها. وحيث أن المنهج الكمي يستخدم لتحديد التأثير والعلاقات بين العوامل، تم توزيع 410 استبانة على الطلبة من مختلف التخصصات والأعمار في الجامعة الأردنية/العقبة.

مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعة الأردنية/فرع العقبة، والمكون من 1800 طالب بحسب احصائيات شعبة القبول والتسجيل في الجامعة الأردنية/فرع العقبة لعام 2020، أما عينة الدراسة تم اختيارها بشكل عشوائي تبعاً لكليات الجامعة، حيث تم توزيع 410 استبانة الى طلبة الجامعة لجميع الكليات وتم استعادة 379 استبانة صالحة للتحليل الاحصائي حيث أن نسبة الاستجابة 92,4%.

جدول (2) : ملخص نسبة الاستجابات

عدد الاستبيانات	410
لم تستلم	24
غير مكتملة	7
مجموع الاستبانات التي استلمت	379
نسبة الاستجابة (379\410)	%92.4

يبين الجدول (3) خصائص عينة الدراسة:

جدول (3) : خصائص المبحوثين حسب العوامل الديمغرافية

المتغير	تكرار	نسبة
الجنس		
ذكر	118	%31.1
أنثى	261	%68.9
المجموع	379	%100
العمر		
من 18 الى 20 سنة	161	%42.5
من 21 الى 23 سنة	180	%47.5
من 24 سنة فأكثر	38	%10
المجموع	379	%100
الكلية		
اللغات	120	%31.7
الأعمال	209	%55.1
السياحة والفندقة	14	%3.7
التمريض	5	%1.3
نظم وتكنولوجيا المعلومات	9	%2.4
العلوم الأساسية والبحرية	22	%5.8
المجموع	379	%100
السنة الدراسية		
سنة أولى	54	%14.2
سنة ثانية	116	%30.6
سنة ثالثة	122	%32.3
سنة رابعة	82	%21.6
سنة خامسة فأكثر	5	%1.3
المجموع	379	%100

شملت عينة الدراسة طلبة من الجنسين ومن مختلف الأعمار، الكليات، والمرحلة الدراسية، وكان هناك تفاوت بالنسب في نتائج الدراسة، بعضها كان فيه التفاوت واضحاً، وبعضها الآخر كان فيها الفارق بنسبٍ قليلة. حيث كان عدد الطلبة الإناث هو الأكبر في عينة الدراسة بنسبة واضحة بلغت 68.9% وهو أمر متوقع لأن عدد الطلبة الإناث في الجامعة (مجتمع الدراسة) أكبر من عدد الطلبة الذكور فيها، بينما كانت أكبر نسبة من الأعمار هي التي ما بين (21-23) بنسبة 47.5% ، وتليها الفئة من (15-20) بنسبة 42.5%، وكانت الفئة الأقل هي للطلبة من سن 24 وأكثر بنسبة 10%. وبينت نتائج الدراسة أن طلبة كلية الأعمال مثلوا النسبة الأكبر في عينة الدراسة بنسبة 55.1%، وتليها كلية اللغات بنسبة 31.7%، ومن ثم الكليات التي مثلت النسب الأقل وهي كلية العلوم الأساسية والبحرية (5.8%)، كلية السياحة والسفر (3.7%)، كلية نظم وتكنولوجيا المعلومات (2.4%)، وكلية التمريض (1.3%). وفيما يتعلق بنسب السنة الدراسية كان طلبة السنة الثالثة أصحاب النسبة الأكبر (32.3%)، ويليها طلبة السنة الثانية بنسبة قريبة تمثل

(30.6%)، وثم طلبة السنة الرابعة (21.6%) , وأما طلبة السنة الأولى فكانت نسبتهم (14.2%)، وطلبة السنة الخامسة فأكثر كانت نسبتهم هي الأقل وتمثل (1.3%) .

اختبار صدق وثبات أداة الدراسة

تم التأكد من صدق أداة الدراسة (الاستبانة) من خلال عرضها على مجموعة من المحكِّمين ذوي الخبرة والاختصاص في المجال الأكاديمي في الجامعة الأردنية فرع العقبة، ومن ثم تم تعديلها بعد الأخذ بملاحظاتهم واقتراحاتهم. ومن ثم تم تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية قوامها عشرة من طلبة الجامعة الأردنية فرع العقبة، تم اختيارهم بشكل عشوائي من مجتمع الدراسة لتحديد مدى التجانس الداخلي للاستبانة لمعرفة معاملات الارتباط، وتم التحقق من ثبات أداة الدارسة من خلال استخراج معامل (كرونباخ ألفا) لقياس مدى ثبات أداة القياس، حيث تراوحت قيمة α للمتغيرات من 0.789 – 0.965 وهي نسبة ممتازة كونها أعلى من النسبة المقبولة 70%. وبالتالي تعكس هذه القيم إتساقاً مناسباً وكافياً لإجراء هذه الدراسة.

جدول (4) : قيم معامل الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة

المتغير	قيمة α
الجانب الأكاديمي	0.889
الجانب غير الأكاديمي	0.909
القضايا المتعلقة بالبرامج	0.901
السمعة	0.827
إمكانية الوصول	0.838
جودة المبنى الجامعي	0.923
موقع الجامعة	0.789
خدمات الشبكات الاجتماعية	0.965
رضى الطلبة	0.955
ولاء الطلبة	0.926

كما قام الباحثون باستخدام التحليل التوكيدي من خلال نموذج المعادلات البنائية (Structural Equation Modeling)، حيث تم استخدام برنامج (Amos) للتأكد من الصدق البنائي للمقياس، إذ أنه تتمثل الاجراءات المتبعة في التحليل العاملي التوكيدي في تحديد الأنموذج المفترض والذي يتكون من المتغيرات الخارجية Exogenous Variables وهي المتغيرات التي تمثل الأبعاد المفترضة للقياس، حيث تخرج من هذه المتغيرات أسهم متجهة نحو المتغيرات الداخلية Endogenous Variables وهي تمثل العبارات الخاصة بكل بعد. وبالتالي فاذا حقق التحليل العاملي التوكيدي الأنموذج المفترض للقياس مؤشرات جودة المطابقة فإنه يمكن الحكم على صدق عباراته أو أبعاده، وفي هذا التحليل يتم رفض التشبعات التي تقل بها الأوزان الإنحدارية (معاملات الصدق أو التشبع على المتغير الكامن) عن (0.50)، إضافة إلى أنه يمكن الحكم على صدق العبارات في ضوء النسبة الحرجة وتشير إلى دلالة الفرق بين تأثير العبارة (الوزن الإنحداري) والتأثير الصفري (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2010).

تحليل نتائج الدراسة

فيما يأتي عرض نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات وهي قيمة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لجميع أبعاد الدراسة. وأن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها لتفسير البيانات على النحو التالي: مرتفع (3.68 فما فوق)، متوسط (3.67-2.34) ومنخفض (1- 2.33)، وتم اعتماد هذا المعيار استناداً لرأي العديد من ذوي الخبرة والاختصاص الذين تم سؤالهم واستشارتهم، وكذلك لاعتماد هذا المعيار في العديد من الدراسات التي تم الاطلاع عليها، وذلك باستخدام المعادلة التالية:

الفرق بين التقديرات = (أكبر قيمة – أقل قيمة)/ 3 = (5 – 1)/3 = 1.33

حيث 3: هي عدد التقديرات (مرتفع، متوسط ومنخفض)، أكبر قيمة: وهي (5) أوافق بشدة، أقل قيمة: وهي (1) لا أوافق بشدة.

وبعد ذلك تم تقسيم المسافة بين الأقل قيمة وهي (1) (لا أوافق بشدة) والأكبر قيمة (5)(أوافق بشدة) إلى ثلاث مسافات (فترات) متساوية.

- الفترة الأولى من (1 – 2.33) للمتوسط الحسابي والتي تدل على التقدير المنخفض.
- الفترة الثانية من (2.34 – 3.67) للمتوسط الحسابي والتي تدل على التقدير المتوسط.
- الفترة الثالثة من (3.68 – 5) للمتوسط الحسابي والتي تدل على التقدير المرتفع.

وبناءً على ذلك فإذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات أكبر من (3.67) فيكون مستوى الموافقة مرتفعاً، وهذا يعني موافقة أفراد العينة على الفقرات، أما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات ما بين (2.34 – 3.67) فإن مستوى الموافقة متوسطاً، وإذا كان المتوسط الحسابي أقل من (2.33) فيكون مستوى الموافقة منخفضاً.

يبين الجدول رقم (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لفقرات الاستبانة لجميع الأبعاد.

جدول (5) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لفقرات الاستبانة لأبعاد الدراسة

المتغير	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	الترتيب حسب المتوسط الحسابي	المستوى وفقاً للمتوسط
الجانب الأكاديمي	3.39	.833	1	متوسط
الجانب غيرالأكاديمي	2.79	.870	7	متوسط
القضايا المتعلقة بالبرامج	2.88	1.04	4	متوسط
السمعة	2.84	1.00	5	متوسط
إمكانية الوصول	3.09	.957	3	متوسط
جودة المبنى الجامعي	2.68	1.14	9	متوسط
موقع الجامعة	2.69	1.00	8	متوسط
خدمات الشبكات الاجتماعية	3.25	1.10	2	متوسط
رضى الطلبة	2.82	1.21	6	متوسط
ولاء الطلبة	2.66	1.27	10	متوسط

يتضح من الجدول (5) أن بُعد "الجانب الأكاديمي" جاء في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.39) مما يعكس درجة عالية من الموافقة وإجماع عينة الدراسة على ذلك كما يشير الانحراف المعياري (0.833)، وجاء في المرتبة الثانية بُعد "خدمات الشبكات الاجتماعية" بمتوسط حسابي بلغ (3.25) وانحراف معياري (1.10)، تلاه في المرتبة الثالثة بُعد "إمكانية الوصول" بمتوسط حسابي بلغ (3.09) وانحراف معياري (957.)، وهذا يدل على إجماع المبحوثين على الدرجات المتوسطة. وجاء في المرتبة الرابعة من حيث مدى التأثير "القضايا المتعلقة بالبرامج" بمتوسط حسابي بلغ (2.88) وانحراف معياري (1.04)، وفي المرتبة الخامسة جاء بُعد "السمعة" بمتوسط حسابي (2.84) وإنحراف معياري (1.00). وفي المرتبة السادسة بُعد "رضى الطالب" بمتوسط حسابي يبلغ (2.82) وإنحراف معياري (1.21). ثم في المرتبة السابعة جاء بُعد "الجانب غير الأكاديمي " بمتوسط حسابي (2.97) وإنحراف معياري (870.)، وفي المرتبة الثامنة جاء بُعد "موقع الجامعة " بمتوسط حسابي (2.69) وانحراف معياري (1.00). وأما بالمرتبة التاسعة جاء بُعد "جودة المبنى الجامعي" بتموسط حسابي (2.86) وانحراف معياري (1.14). جاء بالمرتبة العاشرة" ولاء الطالب" بمتوسط حسابي (2.66) وانحراف معياري (1.27).

يبين الجدول رقم (6) نتائج اختبار التحليل التوكيدي:

جدول (6) : نتائج اختبار التحليل التوكيدي لفقرات الدراسة

المتغير	التحميل المعياري	تباين الخطأ	كرونباخ الفا	معامل الثبات المركب (CR)	متوسط التباين (AVE)
الجانب الأكاديمي			**0.889**	**.96**	**.75**
AS1	.649	0.161			
AS2	.770	0.152			
AS3	.668	0.163			
AS4	.735	0.147			
AS5	.706	0.149			
AS6	.704	0.156			
AS7	.719	0.155			
AS8	.688	0.154			
AS9	.614	0.165			
الجانب غير الأكاديمي			**0.909**	**.97**	**.76**
NA1	.708	0.157			

			0.141	.790	NA2
			0.147	.768	NA3
			0.166	.561	NA4
			0.149	.756	NA5
			0.146	.770	NA6
			0.14	.807	NA7
			0.159	.681	NA8
			0.166	.668	NA9
			0.166	.574	NA10
.83	**.95**	**0.901**			**القضايا المتعلقة بالبرامج**
			0.141	.845	PI1
			0.135	.884	PI2
			0.141	.808	PI3
			0.143	.801	PI4
.77	**.93**	**0.827**			**السمعة**
			0.154	.790	RP1
			0.15	.775	RP2
			0.181	.617	RP3
			0.16	.800	RP4
.79	**.93**	**0.838**			**إمكانية الوصول**
			0.149	.814	AC1
			0.143	.809	AC2
			0.17	.644	AC3
			0.15	.756	AC4
.81	**.96**	**0.923**			**جودة المبنى الجامعي**
			0.15	.834	QF1
			0.142	.856	QF2
			0.15	.812	QF3
			0.147	.841	QF4
			0.154	.784	QF5
			0.166	.777	QF6
.73	**.91**	**0.789**			**موقع الجامعة**
			0.179	.706	UL1
			0.175	.725	UL2
			0.178	.675	UL3
			0.182	.678	UL4
.85	**.97**	**0.965**			**خدمات الشبكات الاجتماعية**
			0.144	.812	SN1
			0.125	.894	SN2
			0.121	.914	SN3
			0.125	.896	SN4
			0.126	.895	SN5
			0.124	.904	SN6
			0.127	.879	SN7
			0.132	.847	SN8
.86	**.96**	**0.955**			**رضى الطلبة**

SS1	.879	0.136			
SS2	.920	0.124			
SS3	.941	0.121			
SS4	.893	0.13			
SS5	.866	0.137			
ولاء الطلبة			**0.926**	**.94**	**.85**
SL1	.942	0.127			
SL2	.959	0.125			
SL3	.814	0.152			

يتضح من الجدول رقم (6) إلى أن التحميل المعياري لجميع مفردات الاستبانة أكبر من الحد الأدنى المقترح (0.50)، كما هناك شواهد قوية على وجود صدق التقارب للأسئلة التي تقيس كل متغير (Average Variance Extracted – AVE)، حيث تم احتساب متوسط التباين المحسوب للمتغيرات، بحيث يكون الصدق التقاربي مقبول إذا كانت قيمة متوسط التباين المحسوب تساوي أو أكبر من (0.50) (Fornell & Larcker, 1981). ونلاحظ من خلال الجدول (6) أن قيمة متوسط التباين المحسوب تتراوح من 73. إلى 86. الأمر الذي يشير إلى وجود الصدق التقاربي. كما تم إيجاد معامل الثبات المركب (Composite Reliability – CR) لمتغيرات الدراسة، حيث كانت قيم هذا المعامل لجميع المتغيرات أكبر من الحد الأدنى المقترح وهو (0.70) ، حيث كانت أقل قيمة لمعامل الثبات المركب 0.91 ، الأمر الذي يعني أن أداة الدراسة تتمتع بمستوى ثبات جيد.

كما يشير الجدول رقم (7) إلى أن الجذور التربيعية لقيم متوسط التباين المحسوب العناصر القطرية في الجدول كانت جميعها أكبر من معاملات الارتباط بين متغيرات نموذج الدراسة عمودياً وأفقياً، وعليه تم إثبات صدق التمايز.

جدول (7) : معاملات الارتباط والجذر التربيعي لمتوسط التباين المحسوب

المتغير	الجانب الأكاديمي	الجانب غير الأكاديمي	القضايا المتعلقة بالبرامج	السمعة	إمكانية الوصول	جودة المبنى الجامعي	موقع الجامعة	خدمات الشبكات الاجتماعية	رضى الطلبة	ولاء الطلبة
الجانب الأكاديمي	1									
الجانب غير الأكاديمي	.534	1								
القضايا المتعلقة بالبرامج	.458	.440	1							
السمعة	.463	.481	.642	1						
إمكانية الوصول	.701	.479	.520	.591	1					
جودة المبنى الجامعي	.320	.348	.525	.499	.500	1				
موقع الجامعة	.320	.383	.412	.444	.427	.591	1			
خدمات الشبكات الاجتماعية	.208	.234	.379	.204	.253	.296	.420	1		
رضى الطلبة	.430	.431	.375	.511	.426	.294	.395	.250	1	
ولاء الطلبة	.298	.424	.356	.520	.338	.314	.346	.169	.781	1

تحليل البيانات

استخدمت هذه الدراسة أسلوب نموذج المعادلات البنائية (Structural Equation Modeling)، لتطوير نموذج يمثل العلاقات السببية بين متغيرات الدراسة. كما حيث تدل قيمة الملائمة في الجدول (8) على صلاحية النموذج المستخدم. فبمقارنة هذه المؤشرات بالمؤشرات المطلوبة، نلاحظ أن نموذج الدراسة والبيانات التي تم جمعها مناسبة لإجراء تحليل المعادلات البنائية.

جدول (8) : مؤشرات قيمة الملائمة

المؤشرات	القيمة المطلوبة*	القيمة الفعلية
(x^2 /DF) مربع كاي النسبي	3 >	2.37
(GFI) جودة الصلاحية	0.9 <	0.91
(AGFI) جودة الصلاحية المعدلة	0.8 <	0.87
(NFI) مؤشر الصلاحية المعياري	0.9 <	0.91
(CFI) مؤشر الصلاحية المقارن	0.9 <	0.91
(IFI) مؤشر الصلاحية التدريجي	0.9 <	0.92
(RMSEA) جذر متوسط مربع الخطأ للتقريب	0.08-0.05	0.027

*المصدر: Schumacker & Lomax (2004)

ويبين الجدول رقم (9) النموذج النهائي للعلاقات بين جميع متغيرات الدراسة. ويمكن تلخيص نتائج اختبار الفرضيات على النحو التالي:

جدول (9): نتائج اختبار فرضيات النموذج

المسار المفترض	قيم t	معاملات p	الفرضيات
الجانب الأكاديمي ← رضى الطلبة	3.63	0.00	مقبولة
الجانب غير الأكاديمي ← رضى الطلبة	3.12	0.02	مقبولة
القضايا المتعلقة بالبرامج ← رضى الطلبة	0.18	0.853	غير مقبولة
السمعة ← رضى الطلبة	6.21	0.00	مقبولة
إمكانية الوصول ← رضى الطلبة	1.27	0.204	غير مقبولة
جودة المبنى الجامعي ← رضى الطلبة	1.56	0.118	غير مقبولة
موقع الجامعة ← رضى الطلبة	3.45	0.00	مقبولة
خدمات الشبكات الاجتماعية ← رضى الطلبة	2.01	0.044	مقبولة
رضى الطلبة ← ولاء الطلبة	12.87	0.00	مقبولة

يؤثر عاملي الجانب الأكاديمي (p =0.00) وغير الأكاديمي (p =0.02) بشكل إيجابي مباشر على مستوى رضى الطلبة وهي أقل من (0.05) وهذا يعني قبول الفرضيتين (H1) و (H2)، وهذه النتيجة توضح أنه كلما زادت كفاءة الجانب الأكاديمي الممثل بالهيئة التدريسية وكفاءة الجانب غير الأكاديمي المتمثل في الموظفين الإداريين زاد مستوى رضى الطلبة. بالإضافة إلى أن النتائج أشارت إلى أن كلاً من جانب السمعة وجانب موقع الجامعة (p =0.00) وجانب خدمات الشبكات الاجتماعية (p =0.044) وهو أقل من (0.05) وهذا يعني قبول الفرضيات (H4) , (H7) و (H8) أي أن لهم تأثير مباشر وإيجابي، وهذا يعني أنه كلما زادت كفاءة موقع الجامعة، خدمات الشبكات الاجتماعية، والسمعة الجيدة زاد مستوى رضى الطلبة. وأيضا أشارت النتائج إلى أن القضايا المتعلقة بالبرامج، إمكانية الوصول، وجودة المبنى الجامعي لا يؤثرون على رضى الطلبة، وقد وضحت النتائج على التوالي p=0.118,0.204, (0.85) حيث كانت أكبر من (0.05) وهذا يعني رفض الفرضيات (H3,H5,H6)، وهذه النتائج تعني أن زيادة الاهتمام في القضايا المتعلقة بالبرامج وإمكانية الوصول وجودة المبنى الجامعي لا يساهم في زيادة مستوى رضى الطلبة. وأخيرا أظهرت النتائج أن رضى الطلبة له تأثير مباشر وإيجابي على ولائهم، حيث كانت النتيجة (p =0.00) وهي أقل من (0.05) أي أنه كلما زاد مستوى رضى الطلبة يزيد ولاؤهم.

مناقشة النتائج

يتضمن هذا الجزء عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة التي هدفت إلى تحديد تأثير العوامل المباشرة (الجانب الاكديمي، الجوانب الغير اكاديمية، القضايا المتعلقة بالبرامج، السمعة، إمكانية الوصول، جودة المبنى الجامعي، موقع الجامعة و خدمات الشبكات الاجتماعية) على العامل الوسيط (رضى الطلبة) على ولاء الطلبة.

نتائج الدراسة

في ضوء نتائج إجابات أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها فقد تم التوصل إلى النتائج الآتية:

1- أظهرت نتائج الدراسة أن (الجانب الاكديمي، الجوانب غير الاكاديمية، السمعة، موقع الجامعة وخدمات الشبكات الاجتماعية) تؤثر بشكل مباشر وايجابي على رضى الطلبة.
2- كما أظهرت النتائج أن (القضايا المتعلقة بالبرامج، إمكانية الوصول و جودة المبنى الجامعي) لا يؤثرون بشكل مباشر على رضى الطلبة.
3- وأوضحت النتائج أن رضى الطلبة يلعب دور الوساطة بين (الجانب الاكاديمي، الجوانب غير الأكاديمية، السمعة، موقع الجامعة وخدمات الشبكات الاجتماعية) و ولاء الطلبة.

أظهرت النتائج أن التأثير الأكبر على رضى الطلبة يتصدرهُ الجانب الأكاديمي والذي جرى تناوله على أنه نوعية أعضاء الهيئة التدريسية الذين يقدمون الدعم الفعال للطلبة ويساهمون في حل مشاكلهم، والذين يمتلكون الخبرة الكافية في مجال تخصصهم، ويتواصلون مع الطلبة بطريقة جيدة أثناء المحاضرة، وبلغ المتوسط الحسابي3.39، وهذه النتيجة تتماشى مع الباحثين (Weerasinghe & Fernando, 2018) والتي أشارت نتائجهم إلى أن جودة الهيئة التدريسية تلعبُ دوراً فعالاً في دعم مستوى رضى الطلبة, وطبقاً لدراسة (Yusoff, McLeay & Woodruffe-Burton 2015) فقد تبينَ أن جودة أعضاء الهيئة التدريسية وسلوكياتهم لها تأثير كبير على مستويات رضى الطلبة في التعليم العالي. بالمقابل وحسب (Martirosyan, 2015) هناك علاقة سلبية بين مستويات رضى الطلبة وأساليب الهيئة التدريسية.

أظهرت النتائج وجود تأثير للجانب غير الأكاديمي والمتضمن تقديم الاهتمام والاستجابة لاستفسارات الطلبة بكفاءة عالية، السرية في التعامل مع المعلومات الخاصة بالطلبة ومعرفتهم الجيدة بالانظمة الإلكترونية، أظهرت النتائج وجود علاقة بينه وبين رضى الطلبة بمتوسط حسابي 2.79. وحددت الدراسة التي قام بها (Malik, Samina, Naeem & Danish, 2010) أن تعاون الموظفين الإداريين مع الطلبة يلعبُ دوراُ مهمًّا في مستوى رضى الطلبة.

هذا وقد بينت الدراسة الحالية أن عامل القضايا المتعلقة بالبرامج والذي يشمل جودة البرامج المطروحة، درجة تغطيتها لتخصصات متعددة ومناسبة للطلبة، والخدمات الإرشادية الأكاديمية، بينت أنه ليس له تأثير مباشر على مستوى رضى الطلبة وكان المتوسط الحسابي 2.88. على عكس ما بينتهُ دراسة (Ali et al. ,2016) بأن العامل الآنف ذكره له تأثير على مستوى رضى الطلبة.

وأكدت الدراسة الحالية على أن السمعة المتمثلة بصورة الجامعة في أذهان الآخرين لها تأثير مباشر على رضى الطلبة بمتوسط حسابي 2.84 ، وهذا يتوافق مع الدراسة (Cassel & Eklo, 2001) القائلة بأن صورة الجامعة دائمًا ما تمثل إحدى أعظم العوامل المؤثرة على مستوى رضى الطلبة.

وأما عن موقع الجامعة المتمثل بتوفير الجامعة أماكن سكن كافية للطلبة، وسائل نقل، مرافق ترفيهية، وبيئة آمنة فقد كان المتوسط الحسابي له 2.69 ما يشير لوجود تأثير مباشر على رضى الطلبة، وقد تم تناول هذا العامل في دراسة (Hanssen & Solvoll, 2015) والتي بينت أن المدينة المضيفة للجامعة لديها قوة تأثير كبيرة على مستوى رضى الطلبة.

أظهرت نتائج الدراسة الحالية بأن عامل خدمات الشبكات الاجتماعية يؤثر على رضى الطلبة بمتوسط حسابي 3.25 وتتمثل في استعداد الطالب على التواصل مع الطلبة من مختلف الأجناس، الأعراق، الأديان، والجنسيات والتخصصات المختلفة. وهذا ما بينته دراسة (Kim et al., 2019) بأن التواصل مع الطلبة من مختلف الأجناس، الأعراق، الأديان، والجنسيات والتخصصات المختلفة (عدم تجانس الطلبة عبر شبكات الاتصالات الاجتماعية) له علاقة مباشرة برضى الطلبة.

وبينت نتائج الدراسة الحالية أن عوامل إمكانية الوصول والمتمثلة بسهولة التواصل مع المدرس وموظفي الجامعة بتخصيص أوقات مناسبة بمتوسط حسابي 3.09 ، كما في دراسة (Ali et al., 2016) التي أشارت أن عامل إمكانية الوصول له تأثير مباشر على مستوى رضى الطلبة.

وفي ما يخص عامل جودة المبنى الجامعي والذي يشمل توفير القاعات ومختبرات الحاسوب والمرافق المكتبية الكافية فقد كان المتوسط الحسابي 2.68. وبذلك فإن العامل ليس له علاقة أو تأثير مباشر في مستوى رضى الطلبة، وهذا يتفق نسبياً مع دراسة (Douglas, Douglas & Barnes, 2006) و (Navarro, Iglesias & Torres, 2005) التي توصلت لوجود تأثير ضئيل للعامل الآنف ذكره.

وفيما يتعلق بالعامل الوسيط (رضى الطلبة)، وهو في كوْن الطالب راضٍ عن قرارهِ في التسجيل في الجامعة-(متوسط حسابي 2.82) وكان تأثيره على ولاء الطلبة المتمثل برغبتهم بالالتحاقٍ في هذه الجامعة إذا أرادوا التسجيل في مسار تعليمي جديد او استكمال دراسات عليا، ويتمثل أيضاً بتوصية الآخرين بالتسجيل في هذه الجامعة (بمتوسط حسابي 2.66)، فقد أظهرت النتائج بأن رضى الطلبة يؤثر على ولائهم. على عكس هذه النتائج توصلت دراسة (أبو مالح و الصديقي ، 2018) بأنه ليس هنالك علاقة مباشرة بين رضى الطلبة وولائهم.

توصيات الدراسة

في ضوء النتائج السابقة توصي الدراسة الحالية بما يأتي:

1- تكثيف وعي الطلبة بالخدمات التي تقدمها الجامعة من خلال نشر هذه الخدمات المتاحة عبر وسائل تواصل الجامعة مع طلابها (مثل لوحة الإعلانات وغيرها).
2- وضع تسهيلات وحلول بيد الطلبة لتمكينهم من المطالبة بحقوقهم وإيصال صوتهم في حال وجود أي خلل داخل النظام الجامعي.
3- عقد اجتماعات دورية بين الطلبة والكادر الإداري ممثلاً برئاسة الجامعة والكليات والأقسام وغيرها لتبادل الحوار فيما يخص مسيرتهم التعليمية من أجل متابعة تقدمهم والحد من الإشكاليات الموجودة بشتى النواحي الأكاديمية وغيرها.
4- الاهتمام الدائم من الجهات المسؤولة في الجامعة لزيادة درجة رضى الطلبة.

دراسات مستقبلية

1- إجراء دراسات مشابهة على جامعات أخرى في القطاعيْن التعليميّين العام والخاص بهدف تأكيد نتائج الدراسة الحالية وعمل المقارنات المناسبة.
2- إجراء دراسات مستقبلية لتحديد ما إذا كانت هنالك عوامل أخرى مباشرة وغير مباشرة تؤثر على ولاء الطلبة.
3- إجراء دراسات وصفية للمساعدة في إعداد الخطط ورسم السياسات بما يخدم البيئة الجامعية بجميع مكوناتها.

المراجع العربية

4- أبو مالح، ع.ب.ع و الصديقي، ع.غ. (2018) ، "جودة الخدمات في التعليم العالي وأثرها على رضا الطلبة ودرجة ولائهم- دراسة على طلبة كلية العلوم الإدارية والمالية بجامعة الطائف"، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث.
5- الحسنيه، س.إ. (2009) ، "مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب عن مستوى الاداء الاداري والاكاديمي لكليتهم، دراسة مسحية"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 25، العدد 2.
6- الجامعة الأردنية-فرع العقبة (2020) ، www.aqaba.ju.edu.jo
7- الديوان الملكي الهاشمي، الخطة الاستراتيجية الوطنية للموارد البشرية (2016 – 2025).
8-
9- الشويحات، ص. (2019) ، "دور كليات العلوم التربوية في الجامعات الأردنية في تنمية قيم المواطنة لدى الطلبة في ضوء بعض المتغيرات"، دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 46، العدد 2، ص ص 311-329.

References:

Ali, F., Zhou, Y., Hussain, K., Nair, P.K., & Ragavan, N.A. (2016). Does higher education service quality effect student satisfaction, image and loyalty? Quality Assurance in Education, 24(1), 70-94.

Al Shaikh, A., Aldarmahi, A.A., Al-Sanie, E., Subahi, A., Ahmed, M.E., Hydrie, M.Z., & Al-Jifree, H. (2019). Learning styles and satisfaction with educational activities of Saudi Health Science University Students. Journal of Taibah University Medical Sciences, 14(5), 418-424.

Appuhamilage, K.S.M., & Torii, H. (2019). The impact of loyalty on the student satisfaction in higher education. Higher Education Evaluation and Development, 13(2), 82-96.

Azoury, N., Daou, L., & El Koury, C. (2014). University image and its relationship to student satisfaction- case of the Middle Eastern private business schools. International Strategic Management Review, 2, 1-8.

Cassel, C., & Eklo, F. (2001). Modelling customer satisfaction and loyalty on aggregate levels experiences from the ECSI pilot study. Total Quality Management, 12(7/8), 307-301.

Dehaghi, M.R., & Rouhani, A. (2014). Studying the relationship between the effectiveness factors on employee's performance Iran's University and the students' satisfaction with

regards to employees' performance. Procedia – Social and Behavioral Sciences, 141, 903-908.

Douglas, J., Douglas, A., & Barnes, B. (2006). Measuring student satisfaction at a UK university. Quality Assurance in Education, 14(3), 251-267.

Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.

Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2010). Multivariate Data Analysis, 7th edition, New York: Macmillion Publishing Company.

Hanssen, T., & Solvoll, G. (2015). The importance of university facilities for student satisfaction at a Norwegian University. Facilities, 744-759.

Jiewanto, A., Laurens, C., & Nelloh, L. (2012). Influence of service quality, university image, and student satisfaction toward WOM intention: A case study on Universitas Pelita Harapan Surabaya. Procedia – Social and Behavioral Sciences, 40, 16-23.

Khosravi, A.A., Poushaneh, K., Roozegar, A., & Sohrabifard, N. (2013). Determination of factors affecting student satisfaction of Islamic Azad University. Procedia – Social and Behavioral Sciences, 84, 579-583.

Kim, Y., Kim, B., Hwang, H.-S., & Lee, D. (2019). Social media and life satisfaction among college students: A moderated mediation model of SNS communication network heterogeneity and social self-efficacy on satisfaction with campus life. The Social Science Journal, 57(2), doi: 10.1016/j.soscij.2018.12.001

Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing Management, Global Edition, 15th Edition, Pearson Education Limited.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. Archives of Psychology, 22(140), 5-55.

Malik, M., Samina, N., Naeem, B., & Danish, R. (2010). Job satisfaction and organizational commitment of university teachers in public sector of Pakistan. International Journal of Business and Management, 5(6), 17-26.

Martirosyan, N. (2015). An examination of factors contributing to student satisfaction in Armenian higher education. International Journal of Educational Management, 29(2), 177-191.

Mikkawi, B., Masa'deh, R., & Al-Lozi, M. (2017). The impact of knowledge management infrastructure on academic staff effectiveness: An empirical study at the university of Jordan. Jordan Journal of Business Administration, 13(1), 95-127.

Navarro, M.M., Iglesias, M.P., & Torres, P.R. (2005). A new management element for universities: satisfaction with the offered courses. International Journal of Educational Management, 19(6), 505-526.

Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Weerasinghe, I.M.S., & Fernando, R.L.S. (2018). Critical factors affecting student's satisfaction with higher education in Sri Lanka. Quality Assurance in Education, 26(1), 115-130.

Weerasinghe, I.M., Lalitha, R., & Fernando, S. (2018). University facilities and student satisfaction in Sri Lanka. International Journal of Educational Management, 32(5), 866-880.

Yusoff, M., McLeay, F., & Woodruffe-Burton, H. (2015). Dimensions driving business student satisfaction in higher education. Quality Assurance in Education, 23(1), 86-104.

Other References:

Abu Zayyad, Z., Obeidat, Z., Alshurideh, M., Abuhashesh, M., & Maqableh, M. (2021). Corporate social responsibility and patronage intentions: the mediating effect of brand credibility. Journal of Marketing Communications, 27(5), 510-533.

Al Khasawneh, M., Abuhashesh, M., Ahmad, A., & Alshurideh, M. (2021). Customers online engagement with social media influencers' content related to COVID 19, doi:10.1007/978-3-030-67151-8_22

Alananzeh, O., Jawabreh, O., Alhalabi, R., Syam, H., & Keswani, F. (2019). The association among employees' communication skills, image formation and tourist behaviour: perceptions of hospitality management students in Jordan. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 13(3), 257-272.

Almomoni, M.A., Qerba, M.K.F., & Mheidat, M.H.A. (2021). The impact of work stress sources in the employees performance in the Aqaba special economic zone authority located in Jordan. Journal of Business & Management (COES&RJ-JBM), 9(2), 40.59-40.59 .

Almomoni, M.A., & Alkhalayleh, W.A. (2021). Application of knowledge management requirements in the mining industries sector from the employees' point of view: a suggested case study on the Jordan phosphate mines company. Journal of Business & Management (COES&RJ-JBM), 9(2), 31-39.

Alshurideh, M.T., Kurdi, B.A., AlHamad, A.Q., Salloum, S.A., Alkurdi, S., Dehghan, A., & Abuhashesh, M. (2021). Factors affecting the use of smart mobile examination platforms by universities' postgraduate students during the COVID 19 pandemic: an empirical study. Informatics, 8(2), 32.

Al-Zoubi, M., & Alrowwad, A. (2020). Exploring the relationships among tacit knowledge sharing, mentoring and employees abilities: The case of Al-Hikma pharmaceutical company in Jordan. VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems, 50(1), 34-56.

Karajeh, H., & Maqableh, M. (2014). A review on stereoscopic 3D: home entertainment for the twenty first century. Autoimmunity Highlights, 5(4), doi:10.1007/s13319-014-0026-3

Maqableh, M.M., & Mohammed, A.B. (2016). Modeling teachers influence on learners self-directed use of electronic commerce technologies outside the classroom. Scientific Research and Essays, 11(4), 29-41.

Masa'deh, R. (2012). The impact of Management Information Systems (MIS) on Quality Assurance (QA): a case study in Jordan. International Journal of Information, Business and Management, 4(2), 93-110.

Masa'deh, R., Almajali, D., Alrowwad, A., & Obeidat, B. (2019). The role of knowledge management infrastructure in enhancing job satisfaction: a developing country perspective. Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management, 14, 1-25.

Masa'deh, R., Shannak, R., Obeidat, B., Almajali, D., & Dahalin, Z. (20210). Investigating a causal model of IT-business partnership and competitive advantage. Proceedings of the 14th IBIMA Conference on Global Business Transformation through Innovation and Knowledge Management: An Academic Perspective, Istanbul-Turkey, 23rd-24th June, pp. 1250-1260.

Obeidat, B., Tawalbeh, H., & Akour, M. (2019). Reviewing the Literature among Human Resource Management (HRM) practices, Total Quality Management (TQM) practices and competitive advantages. Journal of Social Sciences (COES&RJ-JSS), 8(2), 327-358.

Obeidat, Z., Alshurideh, M., & Al Dweeri, R. (2019). The influence of online revenge acts on consumers psychological and emotional states: does revenge taste sweet?. Paper presented at the Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019: Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020, 4797-4815.

Qandah, R., Suifan, T., & Obeidat, B. (2021). The impact of knowledge management capabilities on innovation in entrepreneurial companies in Jordan. International Journal of Organizational Analysis, 29(4), 989-1014.

Shannak, R.O., Al-Zu'bi, Z.M.F., Obeidat, B.Y., Alshurideh, M., & Altamony, H. (2012). A theoretical perspective on the relationship between knowledge management systems, customer knowledge management, and firm competitive advantage. European Journal of Social Sciences, 32(4), 520-532.